

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan, maka simpulan dari penelitian ini bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis penelitian ketiga menyatakan bahwa manfaat yang diterima (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap intensi bertransaksi menggunakan internet (*intention to transact*) pada Disctarra *Online* di Surabaya **diterima** karena hasil pembuktian statistik menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.
2. Hipotesis penelitian kedua menyatakan bahwa kemudahan menggunakan internet (*perceived ease to use*) berpengaruh terhadap intensi bertransaksi menggunakan internet (*intention to transact*) pada Disctarra *Online* di Surabaya **tidak diterima** karena hasil pembuktian statistik menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$.
3. Hipotesis penelitian pertama yang menyatakan bahwa *perceived risk* berpengaruh terhadap intensi bertransaksi menggunakan internet (*intention to transact*) pada Disctarra *Online* di Surabaya **diterima** karena hasil pembuktian statistik menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.

5.2. Saran

Berdasarkan pada simpulan penelitian, maka saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Disctarra.com sebagai membuat diferensiasi yang berbeda antara pembelian secara *online* dan pembelian *offline*. Pembedaan ini misalnya dengan mengenakan harga yang berbeda dimana pembelian secara *online* dengan harga yang lebih rendah. Hal ini untuk

meningkatkan besarnya manfaat yang didapatkan konsumen ketika membeli secara *online* untuk mendukung pembelian.

2. Manajemen Disctarra.com sebaiknya terus meningkatkan pengamanan pembelian dan dikomunikasikan kepada konsumen (pengunjung situs) sehingga konsumen merasa yakin atas keamanan transaksi melalui Disctarra.com, hal ini untuk meningkatkan *intention to transact* secara *online*.



DAFTAR PUSTAKA

- Lui, Hung Kit dan Rodger Jamieson, 2003, *TRiTAM: A Model for Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-consumer electronic commerce*, 16th Bled eCommerce Conference eTransformation Bled, Slovenia, June 9 – 11, 2003
- Chen, Su-Jane and Tung-Zong Chang, 2003, *A descriptive model of online shopping process: some empirical results*, *International Journal of Service: Industry Management* Vol. 14 No. 5, 2003
- Ghozali, Amar, 2005, *Analisa Structural Equation Modelling*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Hadi, Ido Prijana, 2007, *Khalayak Maya Dalam Media Online, Studi Reception Analysis tentang Interaktivitas pada Teks Suara Surabaya.net*, *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA* ISSN 1978-385X Vol. 1 No.2 Juli 2007
- Monsuwe, T.P, Benedict G.C. Dellaert dan Ko de Ruyter, 2004, *What drives consumers to shop online? A literature review*, *International Journal of Service Industry Management* Vol. 15 No. 1, 2004 pp. 102-121
- Nirmanto, Naldy, 2008, *penegakan Cyberlaw Terhadap Cyber Crime Pada Keamanan Dalam Berinternet (Suatu Tinjauan Kejahatan Maya Di Dunia Internet)*, www.marketinginternet.com
- Semuel, Hatane, 2006, *Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening*, <http://www.puslit.petra.ac.id/-pus;it/journals/dir.php?DepertementID=MAR>